

平成23年度 事務事業評価表(平成22年度分に係る報告)

評価対象事務事業名	盛岡りんご普及推進事業			事業コード	2389
担当課等	所属名	商工観光部 ブランド推進課	担当係名		
	課長名	商工観光部 ブランド推進課	担当者名	菊池 郁	電話番号

1. 事務事業の基本情報

総合計画体系	施策の柱	活力ある産業の振興	コード 5	施策	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード 4
	基本事業	観光地づくりと観光客の誘致	コード 1	関連予算 費目名	一般会計 7款 1項 3目 盛岡ブランド推進事業(010-01)	
	特記事項					
事業期間	<input type="radio"/> 単年度 <input checked="" type="radio"/> 単年度繰返 <input type="radio"/> 期間限定複数年度			⇒(開始年度 18年度～)		
事務事業の概要	盛岡特産品ブランドの農産物のブランドリーダーとして位置付けているおいしい「盛岡りんご」を広く知って、買っていただくために「盛岡りんごフェア」を開催する。					
根拠法令等						
この事務事業を開始したきっかけ(いつ頃どんな経緯で開始されたのか)						
盛岡は、本州で一番先にりんご栽培をはじめたりんごの先進地である。世界一生産されている「ふじ」の原木もある。また1人あたりのりんご消費量も日本一である。盛岡りんごは旬にこだわるおいしいりんごである。この盛岡りんごの認知度と購買意欲を高めるため、東京において盛岡りんごフェアを行う。						
この事務事業に対して関係者(市民、議会、事業対象者、利害関係等)からどのような意見・要望が寄せられているか						
生産者からは、東京の消費者の声が直接聞くことが出来る良い機会だと評価が高い。また、購買者は、盛岡りんごのおいしさからリピーターが増えている。						
事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令)はどうか変化したか。今後の見通しはどうか						
消費者の安全安心への関心が高まっている。農産物においては、地域ブランドにより値段が左右される状況である。今後、盛岡りんごについては、東京を中心とした関東圏で徐々にそのブランドを認知されていく状況である。						

2. 事務事業の実施状況(Do)

①対象 (誰を、何を対象としているのか)	中央区人口	⇒	②対象指標 (対象の大きさを示す指標)	A. 人口	単位	千人
				B.	単位	
				C.	単位	
③手段 (事務事業の内容、やり方、手順)	22年度実績(22年度に行った主な活動) 東京のいわて銀河プラザ及び中三盛岡店で盛岡りんごフェアを開催した。	⇒	④活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)	A. 開催日数	単位	日
	23年度計画(23年度に計画している主な活動) 東京のいわて銀河プラザで盛岡りんごフェアを開催する。			B. 売上高	単位	万円
				C.	単位	
⑤意図 (この事業により対象をどのように変えるのか)	盛岡りんごが旬にこだわった多品種のおいしいりんごであることを知ってもらい、購入してもらおう。	⇒	⑥成果指標 (意図の達成度を示す指標)	A. 売上高 【指標の性格: ● 上げる ○ 下げる ○ 維持する】	単位	万円
				B. 観光客の入り込み 【指標の性格: ● 上げる ○ 下げる ○ 維持する】	単位	万人回
				C. 【指標の性格: ● 上げる ○ 下げる ○ 維持する】	単位	
⑦結果 (上位基本事業の意図:上位の基本事業にどのように貢献するか)	訪れてみたいと思ってもらう	⇒	⑧上位成果指標 (上位基本事業の成果指標)	アンケート調査「盛岡に行って見たい、訪れてみたい」と思う割合(単位:%)		

2. 事務事業の実施状況(続き)

⑨事務事業の各種指標の実績及び目標値

区分	指標名	単位	20 年度実績	21 年度実績	22 年度計画	22 年度実績	23 年度計画	24 年度計画	目標年度 目標値
対象 指標A	人口	千人	196	112	112	118	118	118	27年度
									118
対象 指標B									年度
対象 指標C									年度
活動 指標A	開催日数	日	4	4	4	4	4	4	27年度
									4
活動 指標B	売上高	万円	736	529	736	483	736	736	27年度
									736
活動 指標C									年度
成果 指標A	売上高	万円	736	529	736	483	736	736	27年度
									736
成果 指標B	観光客の入り込み	万人回	472	458	466	444	472	478	26年度
									490
成果 指標C									年度

⑩事務事業に係る事業費

区分	指標名	単位	20 年度実績	21 年度実績	22 年度計画	22 年度実績	23 年度計画	24 年度計画	*****
事業費	A	千円	700	700	700	300	300	300	*****
	④国	千円							*****
財源 内訳	⑤県	千円							*****
	⑥地方債	千円		700	700				*****
	⑦一般財源	千円	700	0	0	300	300	300	*****
	⑧その他	千円							*****
	合計(④~⑧)(=A)	千円	700	700	700	300	300	300	*****
延べ業務時間数		時間	56	56	48	48	48	48	*****
職員人件費(B)(臨時職員賃金は、事務費に含む)		千円	224	224	192	192	192	192	*****
トータルコスト(A)+(B)		千円	924	924	892	492	492	492	*****

3. 事務事業の評価(See)

必要性評価	①施策体系との整合性 この事務事業の意図は、結果(政策体系)に結びついていますか？	<input type="radio"/> 見直す余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 結びついている	理由: 盛岡ブランドでは4つのプロジェクトを進めている。そのうちのひとつである特産品ブランド認証事業においては、盛岡りんごをブランドリーダーとして位置づけ、盛岡ブランドを高めている。ブランドリーダーである盛岡りんごが発展することにより地域も豊かになる。
	②公共関与の妥当性 市がやるべき事業ですか？ 税金を使って達成する目的ですか？	<input type="radio"/> 見直す余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 妥当である	↳「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input type="radio"/> 内部管理事務である <input checked="" type="radio"/> その他 理由: 農産物は、一連の食品偽装問題などから、購買者は産物の安全性や産地への関心を高めている。そのなかで旬にこだわりのおいしい盛岡りんごを広く認知してもらったり、販路を拡大するために税金を使うことは、盛岡の地域イメージを高めるとともに、地域がゆたかになることから、妥当である。
	③対象の妥当性 対象の設定は現状のままでもいいですか？ 広げられませんか？ また絞らなくてよいですか？	<input checked="" type="radio"/> 拡大または絞る余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 現状で妥当である	↳「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input type="radio"/> 内部管理事務である <input type="radio"/> その他 理由: 市内での盛岡りんごの認知度を上げるため、市民を対象にしたPRを行う必要がある。
	④意図の妥当性 意図(何を狙っているのか)を絞ったり拡大したりして、成果向上できませんか？	<input checked="" type="radio"/> 拡大または絞ることができる ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 現状で妥当である	↳「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input type="radio"/> その他 理由: 全国的な認知度の向上を図るということも必要だが、ターゲットを東京と盛岡市民に絞ることにより、成果向上(売り上げ増)を目指す。
有効性評価	⑤成果の向上余地 成果がもっと向上する余地はありますか？	<input checked="" type="radio"/> 向上余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 向上余地がない	その内容: これまでの全国への認知度向上を止め、東京と盛岡市民にターゲットを絞ることにより、コストパフォーマンスを高め、成果(売り上げ)を向上することを目指す。
	⑥廃止・休止の影響 事業を廃止・休止した場合、施策の成果に及ぼす影響はありますか？	<input type="radio"/> 影響がない ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 影響がある	その内容: 東京では継続して盛岡りんごフェアを行い、売上高の実績を積み重ねていることや贈答用りんごとしての顧客(リピーター)が増えていることから、事業の継続が求められる。
	⑦類似事務事業との関係 類似の事務事業(国、県、市の内部、民間)はありますか？	<input type="radio"/> 類似事業がある <input checked="" type="radio"/> 類似事業がない	事業名: _____ ※類似事業がある場合、その事務事業と統廃合又は連携を図ることにより成果向上はできませんか？ 統廃合・連携検討 <input type="radio"/> できる ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> できない 理由: _____
効率性評価	⑧事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を削減できる余地はありますか？	<input type="radio"/> 削減余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 削減できない	理由: 事業費については、出展者の旅費及び運送費であるが、ターゲットを東京と盛岡市民へ絞ることにより、事業費の一部を削減できるが、その費用を広告などのPR経費に充てるため、経費の節減は難しい。
	⑨人件費の削減余地 成果を下げずに人件費(延べ業務時間数)を削減する余地はありますか？	<input checked="" type="radio"/> 削減余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 削減できない	その内容: 将来的には、盛岡りんご推進協議会の生産者が中心となって進めることが望ましい。
公平性評価	⑩受益機会の適正化余地 受益機会の適正化余地はありますか？	<input type="radio"/> 適正化余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 公平・公正である <input type="radio"/> 特定の受益者はいない	理由: 盛岡ブランド認証事業所を対象としているが、認証の機会は市域全ての生産者にあるため。
	⑪費用負担の適正化余地 受益者の費用負担の適正化余地はありますか？	<input type="radio"/> 適正化余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 公平・公正である <input type="radio"/> 特定の受益者はいない	理由: 費用負担は市の負担金と会員からの負担金と売上の1%を収入としているが、会員からの会費については今後見直しの余地がある。

4. 事務事業の改革案(Plan)

改革／改善方向	<p>①改善の方向性(この事務事業をどう変えていくか、廃止や拡充、事業方式改善など) ※複数ある場合は、代替案その1, 代替案その2とすること 農産物の一連のサイクルを考え、農政課へ移管することで事業のより全体的・効率的な事業が展開できると思われる。</p> <p>②改革、改善を実現していく際に想定される問題点は何ですか？ それをどう克服していきますか？ (関連部門や全庁的な調整の必要性、トップへの要望も含む) 事務の移管については全庁的な調整が必要である。</p>
---------	---

5. 課長意見

一次評価	<p>(1)一次評価者としての評価結果</p> <p>① 必要性 ● 妥当 ○ 見直し余地あり : ② 有効性 ○ 妥当 ● 見直し余地あり : ③ 効率性 ● 妥当 ○ 見直し余地あり : ④ 公平性 ● 妥当 ○ 見直し余地あり :</p>	<p>(2)全体総括(振り返り, 反省点)</p> <p>「盛岡りんご」の商標登録を行ったがその有効的な活用についての検討が不足していた。生産から販売へと一貫した知識が消費者からも求められている。</p>										
今後の方向性と改革改善案	<p>(3)今後の事務の方向性(改革改善案)</p> <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 終了</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> 継続</td> <td rowspan="3" style="vertical-align: middle;">→</td> <td><input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 廃止</td> <td><input type="checkbox"/> 休止</td> <td><input type="checkbox"/> 改革改善を行う</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td><input checked="" type="checkbox"/> 事業統廃合・連携</td> </tr> </table> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">↓</p> <p>方向付けの理由と改革改善の内容</p> <p>生産から販売への専門的な知識とより多くの生産者との繋がりがブランド推進に必要であることから、農政課への移管を協議する。</p>		<input type="checkbox"/> 終了	<input checked="" type="checkbox"/> 継続	→	<input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)	<input type="checkbox"/> 廃止	<input type="checkbox"/> 休止	<input type="checkbox"/> 改革改善を行う			<input checked="" type="checkbox"/> 事業統廃合・連携
<input type="checkbox"/> 終了	<input checked="" type="checkbox"/> 継続	→	<input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)									
<input type="checkbox"/> 廃止	<input type="checkbox"/> 休止		<input type="checkbox"/> 改革改善を行う									
			<input checked="" type="checkbox"/> 事業統廃合・連携									